

BIBLIOGRAPHIE INTRODUCTIVE - ET AUGMENTEE - AU MANAGEMENT DE L'ESPRIT DE SERVICE

Une sélection de 300 ouvrages pour découvrir l'Esprit de Service comme modèle de management de la relation et levier de transformation des organisations par le service.



REUSSIR LA TRANSFORMATION DES ORGANISATIONS PAR LE SERVICE

Par Xavier Quérat-Hément

Passer du marketing au management de l'expérience client

BIBLIOGRAPHIE INTRODUCTIVE AU MANAGEMENT DE L'ESPRIT DE SERVICE

UN MODELE DE MANAGEMENT DE LA RELATION DE SERVICE POUR REUSSIR LA TRANSFORMATION DES ORGANISATIONS

SOMMAIRE

I. L'ESPRIT DE SERVICE, MODELE DE MANAGEMENT DE LA RELATION DE SERVICE 2

1. LE CADRE DE REFERENCE DE L'ESPRIT DE SERVICE 3
2. LA MESURE DE L'ESPRIT DE SERVICE, OUTIL DE MODELISATION 5
3. LES ATTITUDES DE SERVICE ET LES COMPORTEMENTS, VECTEURS DE L'ESPRIT DE SERVICE 5

II. LA RELATION : SOCLE TRANSFORMANT DE L'ESPRIT DE SERVICE 7

1. THEORIES DU SERVICE : DU « SERVICE-PRODUIT » AU « SERVICE-RELATION » DOMINANT 8
2. L'ÈRE DU "CO-" ET LA TRANSFORMATION DE LA RELATION : COCRÉATION, COCONSTRUCTION, COOPÉRATION ET CONTRIBUTION 8
3. LA CONFIANCE ET LA DYNAMIQUE DE LA RELATION AU CŒUR DE LA CREATION DE VALEUR 9

III. LES LEVIERS DE L'ESPRIT DE SERVICE POUR LA TRANSFORMATION DES ORGANISATIONS 10

1. LE MANAGEMENT DE L'EXPÉRIENCE CLIENT 11
   a. LES RESEAUX SOCIAUX, NOUVEAUX CHAMPS DE LA RELATION ET ENGAGEMENT DU CLIENT 13
   b. BUSINESS CASES, TÉMOIGNAGES D'ENTREPRISES 13
   c. TEMOIGNAGES & HISTOIRES VECUES DE COLLABORATEURS 14
2. LES VALEURS ET LA CULTURE DE SERVICE 15
3. L'ENGAGEMENT DU MANAGEMENT : INNOVATION MANAGERIALE & « ENTREPRISE LIBEREES » 16
4. L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS : IMPLICATION ET RECONNAISSANCE 16
5. LA SIMPLIFICATION 18
6. LE DESIGN DE SERVICE ET DESIGN D'EXPERIENCE : PENSER L'USAGE ET CONSTRUIRE L'EXPERIENCE 18
7. L'INNOVATION DE SERVICE : UN ECO-SYSTEME DES LEVIERS DE L'ESPRIT DE SERVICE 19
8. L'ACCOMPAGNEMENT DU CHANGEMENT 19
9. LE MANAGEMENT STRATEGIQUE ET LE MANAGEMENT PAR LA QUALITE 20

IV. FONDEMENTS THEORIQUES POUR L'ESPRIT DE SERVICE 21

1. LE MARKETING DES SERVICES 22
2. LA SOCIOLOGIE DE LA RELATION DE SERVICE 23

V. PERSPECTIVES ET NOUVEAUX TERRITOIRES : DE L'ERE DU « CO-» AU NOUVEL AGE DES PLATEFORMES, GEO-STRATEGIE ET GEO-ECONOMIES DE L'INTERNET 24

- I -

L'ESPRIT DE SERVICE, MODELE DE MANAGEMENT DE LA RELATION DE SERVICE



1 - LE CADRE DE REFERENCE DE L'ESPRIT DE SERVICE

BERRY (Leonard L.), ***Discovering the soul of service: The Nine Drivers Of Sustainable Business Success***, S & S International, 1999, 304p.

CARLZON (Jan), ***Moments of truth: New Strategies for Today's Customer-Driven Economy***, Harvard Business, 1989, 160p.

CHETOCHINE (Georges), ***Les 7 conditions pour satisfaire et fidéliser ses clients***, Éditions d'Organisation, 2010, 222p.

CHETOCHINE (Georges), ***Le marketing des émotions : Pourquoi Kotler est obsolète ?***, Eyrolles, 2008, 198p.

EUVERTE (Magali), JOSEPH-ANTOINE (Hubert), ***Management du service et conduite du changement, Le cas de la SNCF***, Vuibert, 2010, 192p.

FLEMING (John H.), ASPLUND (Jim), ***Human sigma - Managing the Employee-Customer Encounter***, Gallup Press, 2007, 216p.

GALLET (Michel), ***Améliorer la relation client en transport de voyageurs***, CELSE, 2009, 124p.

GRESSIER (J.-J.) et CALLIGARO (M.), ***Servir ou disparaître : Quand l'esprit de service devient une nécessité pour l'entreprise***, Vuibert, 2012, 288p.

HOROVITZ (Jacques) sous la coordination de, ***L'entreprise humaniste – le management par les valeurs – L'histoire vraie de ChâteauForm '***, Ellipses,2013 , 349p.

HOROVITZ (Jacques), ***La qualité de service – A la conquête du client***, InterEditions, 1987, 178p.

HOROVITZ (Jacques), JURGENS PANAK (Michèle***), La satisfaction totale du client***, InterEditions, 1994, 459p.

HSIEH (Tony), ***L'entreprise du bonheur : Comment faire de la culture d'entreprise un avantage concurrentiel***, Leduc.s éditions, 2011, 256p.

HUETE (Luis-Maria) et MAESTRONI (Myriam), ***Intelligence émotionnelle, services et croissance : Fidélisez clients et employés dans les services grâce à l'intelligence émotionnelle***, Maxima Laurent du Mesnil éditeur, 2009, 253p.

JULIEN (Anne), MAROT (André), ***Marketing de la banque et de l'assurance***, Dunod, 2012, 240p.



LELAND (Karen), BAILEY (Keith), HABABOU (Ralp), ***Le Service Client pour les nuls***, Editions Générales First, 2010, 381p.

MATHE (Hervé), PAVIE (Xavier), ABRATE (Luce), PARANTHOEN (Simon), ***L'influence du Dialogue sur les relations et l'expérience client***, L'Harmattan, 2013, 108p.

McKEAN (John), ***Customers are people – The Human Touch***, John Wiley & Sons, 2005, 313p.

MEYRONIN (Benoît), DITANDY (Charles), ***Du management au marketing des services : Améliorer la relation client - Développer une véritable culture de service***, Dunod, 2011, 256 p.

NAYAR (Vineet), ***Les employés d'abord, les clients ensuite : Comment renverser les règles du management***, Éditions Diateino, 2011, 231 p.

PEREY (Erik), MEYER (Lionel), de MONTMORIN (Gabrielle), ***Luxury attitude : Enquête sur le service dans le domaine du luxe et comment s'en inspirer pour fidéliser ses clients***, Maxima Laurent du Mesnil, 2011, 236p.

PRICE (Bill), JAFFE (David), ***The Best Service Is No Service: How to liberate your customers form customer service, keep them happy and control costs***, Jossey bass, 2008, 312p.

SASSER (Earl W.), HESKETT (James L.), SCHLESINGER (A.), ***The Value Profit Chain: Treat Employees Like Customers And Customers Like Employees,*** S & S International, 2003, 400p.

SASSER (Earl W.), HESKETT (James L.), WHEELER (Joe), ***The Ownership Quotient: Putting the Service Profit Chain to Work for Unbeatable Competitive Advantage***, Harvard Business School Press, 2008, 272p.

SMITH (Shaun), MILLIGAN (Andy), ***BOLD : how to be brave in business and win***, KaganPage, 2011, 317p.

QUERAT-HEMENT (Xavier), ***Esprit de Service – Passer du marketing au management de l'expérience client et réussir la transformation de l'entreprise par le service***, Lexitis editions, 2014, 230p.

QUERAT-HEMENT (Xavier), **Services, croissance et compétitivité**, Notes de l'Institut Choiseul, 2013, 41p.

WIERSEMA (Fred), ***Customer Intimacy – Pick your partners, shape your culture, win together***, HarperCollinsBusiness, 1997, 221p.

WHITELEY (Richard), ***La dynamique du client – une révolution des services***, Maxima, 1994, 336p.

WHITELEY (Richard), HESSAN (Diane), ***Les avantages compétitifs de l'entreprise orientée clients***, Maxima, 1997, 383p.

ZEMKE (Ron), ALBRECHT (Karl), ***La dimension Service***, Editions d'organisation, 1987, 188p.

2 - LA MESURE DE L'ESPRIT DE SERVICE, OUTIL DE MODELISATION

ALLEN (Derek R.), WILBURN (Morris), ***Linking Customer and Employee Satisfaction to the Bottom Line: A Comprehensive Guide to Establishing the Impact of Customer and Employee Satisfaction on Critical Business Outcomes***, ASQ Quality Press, 2002, 238 p.

AVEROUS (Bernard), AVEROUS (Danièle), ***Mesurer et manager. La qualité de service***, Insep Editions, 1998, 136 p.

BERRY (Leonard L.), ZEITHAML (Valarie A.), PARASURAMAN (A.), ***Delivering quality service: Balancing customer Perceptions and Expectations***, The Free Press, 2009, 244 p.

COUZON (Élisabeth) et DORN (Françoise), ***Les émotions, Développer son intelligence émotionnelle***, éditions ESF, 2011.

HILL (Dan), ***Emotionomics: Leveraging Emotions for Business Success***, Kogan Page Ltd, 2010, 288 p.

MOUTTE (Julie), ***Attitudes au travail des employés et satisfaction des clients : Analyse de la performance du personnel en contact dans les services***, Éditions universitaires européennes, 2010, 600p.

REICHHELD (Frederick F.), MARKEY (Rob), ***The ultimate question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World***, Harvard Business School Press, 2011, 224 p.

REICHHELD (Frederick F.), ***L'effet loyauté – Réussir en fidélisant ses clients, ses salaries et ses actionnaires***, Dunod, 1996, 328p.

SASSER (Earl W.) HESKETT (James L.), SCHLESINGER (A.), ***The Service Profit Chain: How leading companies link profit and growth to loyalty, satisfaction, and value***, S & S International, 1997, 320p.

SHIBA (Shoji), NOYE (Didier) JOUSLIN de NORAY (B), MOREL (M), ***La conception à l'écoute du marché : Organiser l'écoute des clients pour en faire un avantage concurrentiel***, Insep Éditions, 1995, 128 p.

WAGNER (Rodd), ***12 The elements of great managing***, Gallup Press, 2006, 280 p.

3 - LES ATTITUDES DE SERVICE ET LES COMPORTEMENTS, VECTEURS DE L'ESPRIT DE SERVICE

BARBARAS (Simone), ***Notre ennemi le client***, F1rst Documents, 1995, 239p.

BELDING (Shaun), ***Survivre au pire des clients***, L'Entreprise, 2004, 195p.

BELORGEY (Pascale), JORDAN (Marielle), ***Le manager orienté clients***, ESF Editeur, Cegos, 2010, 189p.

BELLENGER (Lionel), COUCHAERE (Marie-Josée), ***L'écoute – Osez l'empathie pour améliorer vos relations***, ESF Editeur, 2007, 166p.

BLANC (Yves), ***Le manager à l'écoute – 6 défis pour améliorer vos capacités d'écoute***, Dunod, 2005, 200p.

CINOTTI (Yves), ***L'Accueil : l'autre déficit français***, L'Harmattan, 2014, 134p.

CHETOCHINE (Georges), ***Et la gentillesse dans tout çà ?***, Eyrolles, 2007, 168 p.

GELIN (Sandrine), TRUONG (Khuê-Linh), ***Adopter l'accueil-attitude***, Eyrolles, 2008, 148 p.

GUEDJ (Jean-Paul), **Service Incompris – Pour le retour du client**, Editions d'organisation, 2006, 197p.

GOLEMAN (Daniel), ***L'intelligence émotionnelle – Accepter ses émotions pour développer une intelligence nouvelle***, J'ai Lu, 1997, 505p.

HAUVETTE (Didier), VANDBREMEERSCH (Christie), ***Le pouvoir des émotions***, Editions d'Organisation, 2004, 285p.

LABRUFFE (Alain), ***Le savoir-être ! Un référentiel professionnel d'excellence***, AFNOR, 2008, 245 p.

LAMBERT (Slim), ***Comment manager les comportements***, Éditions Liaisons, 2005, 284 p.

MAISONNEUVE (Jean-Henri), TOMINE (Didier), ***Conseillers de clientèle : Entreprise, pilotez vos négociations !,*** La Revue Banque, 2010, 140 p.

MAULEON (Fabrice), BOURET (Julien), HOARAU (Jérôme), ***Le réflexe soft skills***, Dunod, 2014, 232p.

MARECHAL (Lucienne), BRAVIN (Christiane), ***L'entreprise accueillante***, Edipro, 2008, 234 p.

MARTIN (Marie-Agnès), ***Les clés de l'accueil : La performance dès le 1er contact***, Le Génie des Glaciers, 2010, 192 p.

SEIDMAN (Dov), ***HOW, ou comment le comportement devient la clé du succès en affaires***, Dunod, 2011, 384p.

SCHUTZ (Will), ***L'élément humain – Comprendre le lien entre estime de soi, confiance et performance***, InterEditions, 2006, 280p.



- II -

LA RELATION : SOCLE TRANSFORMANT DE L'ESPRIT DE SERVICE

1 - THEORIES DU SERVICE : DU « SERVICE-PRODUIT » AU « SERVICE-RELATION » DOMINANT

COVA (Bernard), ***Au-delà du marché : quand le lien importe plus que le bien***, L'Harmattan, 2000, 176p.

COLLECTIF, sous la direction de EIGLIER (Pierre), ***La logique service***, Economica, 2010, 336 p.

EIGLIER (Pierre), LANGEARD (Éric), ***Servuction : Le marketing des services***, Ediscience International, 1996, 205 p.

GADREY (jean), ***Services : la productivité en question***, Desclée de Brouwer, 1996, 359p.

GADREY (Jean), ZARIFIAN (Philippe), ***L'émergence d'un modèle du Service : enjeux et réalités***, Editions Liaisons, 2001, 162p.

GRAZ (Jean-Christophe), NIANG (Nafi), ***Services sans frontières – Mondialisation, normalisation et régulation de l'économie des services***, SciencesPo. Les Presses, 2013, 396p.

VARGO (Stephen L.), sous la direction de LUSCH (Robert F.), ***The Service-Dominant Logic of Marketing: Dialog, Debate, And Directions***, M.E. Sharpe Editor, 2006, 449 p.

VARGO (Stephen L.), LUSCH (Robert F.), ***The Service-Dominant Logic: Premise, perspectives, possibilities***, Cambridge University Press , 2014, 225 p.

2 - L'ÈRE DU "CO-" ET LA TRANSFORMATION DE LA RELATION : COCRÉATION, COCONSTRUCTION, COOPÉRATION ET CONTRIBUTION

ALTER (Norbert), ***Donner et prendre : La coopération en entreprise***, Éditions La Découverte, 2010, 232p.

ANCELET (Jean-Claude), ***Recréez du collectif au travail – la co-construction, nouveau challenge pour l'entreprise***, Dunod, 2011, 242p.

CASEAU (Yves), ***Processus et Entreprise 2.0 : Innover par la collaboration et le lean management***, Dunod, 2011, 304 p.

GOUILLART (Francis), RAMASWAMY (Venkat), ***L'entreprise co-créative : Clients, employés, fournisseurs… Quand l'organisation s'ouvre à ses partenaires***, Vuibert, 2011, 288 p.

HEBEL (Pascale), ***La révolte des moutons – les consommateurs au pouvoir***, Editions Autrement, 2013, 127p.

JUTAND (Francis) sous la direction de, ***La métamorphose numérique – Vers une société de la connaissance et de la coopération***, Editions Alternatives, 2013, 220p.

MAILLET (Thierry), ***Génération participation, De la société de consommation à la société de participation***, MM2 Éditions, 2007, 236 p.

NOVEL (Anne-Sophie), RIOT (Stéphane) , ***Vive la corévolution ! Pour une société collaborative***, Editions Alternatives, 2012, 240 p.

NOVEL (Anne-Sophie), ***La vie share mode d'emploi Consommation, partage et modes de vie collaboratifs*** **,** Editions Alternatives, 2013, 176 p.

PRAHALAD (C. K.), RAMASWANY (Venkat), ***The Future of Competition: Co-Creating Unique Value With Customers***, Harvard Business School Press, 2004, 272 p.

ROCHEFORT (Robert), ***Le consommateur entrepreneur – les nouveaux modes de vie***, Editions Odile Jacob, 1997, 302p

STIEGLER (Bernard) sous la direction de, ***Le design de nos existences à l'époque de l'innovation ascendante***, Mille et une nuits, 2008, 336p.

VAN DEN ABEELE (Maryannick et Michel), ***Échanges réciproques de savoirs en entreprise : Un réseau au service de l'entreprise responsable***, Chronique Sociale, 2011, 224 p.

3 - LA CONFIANCE ET LA DYNAMIQUE DE LA RELATION AU CŒUR DE LA CREATION DE VALEUR

ALGAN (Yann), CAHUC (Pierre), ZYLBERBERG (André), ***La fabrique de la défiance… et comment s'en sortir***, Albin Michel, 2012, 192 p.

COLLECTIF, Groupe La Poste, ***Scènes de confiance***, Textuel, 2011, 143 p.

COLLECTIF, Groupe La Poste, ***En quête de confiance***, Textuel, 2012, 143 p.

COLLECTIF, Groupe La Poste, ***La confiance en commun***, Textuel, 2013, 143 p.

COVEY (Stephen M.R.), ***Le pouvoir de la confiance***,J'ai Lu, 2011 (Ed originale 2007), 428p.

MARTIN (Bertrand), LENHARDT (Vincent), JARROSSON (Bruno), ***Oser la confiance – Propos sur l'engagement des dirigeants***, Insep Editions, 1996, 165p.

MARZANO (Michela), ***Eloge de la confiance***, Pluriel, 2010, 312p.

PEPPERS (Don), ROGERS (Martha), ***Extreme Trust : Honesty as a Competitive Advantage***, Portfolio, 2012, 288 p.

PEYREFITTE (Alain), ***La société de confiance***, Edition Odile Jacob, 1995, 557p.

PITELET (Didier), ***Le prix de la confiance***, Eyrolles, 2013, 193p.

REITTER (Roland), RAMANANTSOA (Bernard), ***Confiance et Défiance dans les Organisations***, Economica, 2012, 160 p.

SERIEYX (Hervé), FALLOU (Jean-Luc), ***La confiance en pratique, Des outils pour agir, Comment fait-on ?***, Maxima Laurent du Mesnil éditeur, 2010, 200 p.



- III -

LES LEVIERS DE L'ESPRIT DE SERVICE POUR LA TRANSFORMATION DES ORGANISATIONS



1 - LE MANAGEMENT DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

BARLOW (Janelle), MOLLER (Claus), ***A Complaint is a Gift: Recovering Customer Loyalty When Things Go Wrong***, Berrett-Koehler Publishers, 2008, 250 p.

BARLOW (Janelle), STEWART (Paul), ***Branded Customer Service***, BK Publishers, 2004-2006 ,259p.

BIDAULT (Jean-Maurice), JALLAGEAS (Maurice), ***Transport public de voyageurs – qualité de service – la norme NF EN 13816***, AFNOR, 2002, 122p.

BLACKSHAW (Pete), ***Satisfied Customer Tell Three Friends, Angry customers Tell 3,000,*** Crown Business, 2008, 208 p.

BLANCHARD (Ken), BALLARD (Jim), FINCH (Fred), ***La passion du Client ! (customer Mania !)*** , Michel Laffon, 2007, 252p.

BLANCHARD (Ken), CUFF (Katty), HALSEY (Vicki), ***Legendary Service The key is to Care***, mac Graw Hill, 2014, 159p.

BLISS (Jeanne), ***Chief Customer Officer – Getting past lip service to passionate action***, Jossey-Bass, 2006, 302p.

BLISS (Jeanne), "I ***love you more than my dog" Five decisions that drive extreme customer loyalty in good times and bad***,Portfolio/Penguin, 2009, 206p.

BLOCH (Philippe), **Opération Boomerang :** ***365 idées pour faire revenir vos clients à l'heure d'internet***, Ventana éditions, 2013, 407 p.

BLOCH (Philippe), HABABOU (Ralph), XARDEL (Dominique), ***Service Compris – Les clients heureux font les entreprises gagnantes***, Marabout, Editions Jean Claude Lattès, 1986, 311p.

BUCQUET (Patrick), ***La banque de demain – Plus qu'un service, une expérience client***, Ardara éditions, 2013, 102p.

CHABRY (Laurence), GILLET-GOINARD (Florence), JOURDAN (Raphaëlle), ***La boîte à outils de la Relation client***, Dunod, 2014, 189p.

COOK (Sarah), ***Customer care Excellence: how to create an effective customer focus***, KoganPage, 5th edition, 2008, 280p.

COOK (Sarah), ***Complaint Management Exellence – Creating Customer Loyalty through Service recovery***, KoganPage, 2012, 192p.

CURTIN (Steve), ***Delight your customers***, AMACOM, 2013, 196p.

DERVAL (Diana), ***Wait Marketing – Communiquer au bon moment au bon endroit***, Eyrolles, 2007, 238p.

DETRIE (Philippe), ***Les réclamations clients : Un nouvel outil de fidélisation et de différenciation***, Éditions d'Organisation, 2001, 193 p.

DIXON (Matthew), TOMAN (Nick), DELISI (Rick), ***The effortless experience – conquering the new battleground for customer loyalty***, 2013, 237p.

DUBARRY (Alexandre), ***L'enchantement du Client***, Zen Business, 2013, 304p.

DELACROIX (Jérôme), Livre blanc, ***Cher Client : Ecouter – Comprendre – Servir***, EBG Electronic Business Group , 2007, 156p.

FALQUE (Éric), WILLIAMS (Sarah-Jayne), ***Les paradoxes de la relation client dans un mode digital***, Pearson, 2011, 288 p.

LA QUALITE PUBLIQUE, ***Guide pratique : L'accueil et la relation usagers/clients/citoyens – services publics***, La Documentation Française, 2004, 268p.

GALE (Bradley T.), ***Managing Customer Value – Creating quality & service that customer can see***, The Free Press Mac Millan, 1994, 424p.

HABABOU (Ralph), ***Service gagnant : Les secrets des entreprises qui créent la différence***, Éditions Générales First, 2007, 366 p.

HARVARD BUSINESS REVIEW (recueil d'articles de référence de HBR), ***Increasing Customer Loyalty***, HBR, 2011, 221p.

HOROVITZ (Jacques), ***Sept secrets pour un service client performant***, Les Echos Editions, Village Mondial, 2000, 192p.

KAUFMAN (Ron), ***Uplifiting Service – The proven path to delighting your customers, colleagues, and everyone else you meet***, Elvove Publishing, 2012, 318p.

LEE (Bill), ***The hidden wealth of customers – Realizing the untapped value of your most important asset***, Harvard Business Review Press, 2012, 222p.

MANNING (Harley), BODINE (Kerry), ***Outside in: The Power of Putting Customers at the Center of Your Business***, Amazon Publishing, 2012, 272 p.

MOATI (Philippe), ***La révolution commerciale***, Odile Jacob, 2011, 315 p.

PINE II (B. Joseph), GILMORE (James H.), ***The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage***, Harvard Business School Press, 1999, 2nd edition 2011, 359p.

SHAW (Colin), ***Revolutionize your Customer Experience***, Palgrave Macmillan, 2005, 220 p.

SHAW (Colin), IVENS (John), ***Building Great Customer Experiences***, Palgrave Macmillan, 2005, 218 p.

SHAW (Colin) – Founder and CEO of Beyond Philosophy, ***The DNA of Customer Experience: How Emotions Drive Value***, Palgrave Macmillan, 2007, 192 p.

TEMKIN (Bruce), ***10 CX mistakes to avoid – Advice for improving your customer experience efforts***, Temkin Group, 2012, 49p.

THOMASSEN (Jean-Pierre), ***De customer Delight Strategie***, Kluwer, 2012, 232p.

VOLLE (Pierre), ***Stratégie clients : Point de vue d'experts sur le management de la relation client***, Pearson, 2012, 208 p.

WATKINSON (Matt), ***The ten principles behind great customer experiences***, Pearson, Financial Times Publishing, 2013, 222p

ZEMKE (Ron), BELL (Chip R.), ***Managing Knock Your Socks Off Service***, AMACOM, 2013, 237p.

1 - LE MANAGEMENT DE L'EXPÉRIENCE CLIENT
A - LES RESEAUX SOCIAUX, NOUVEAUX CHAMPS DE LA RELATION ET ENGAGEMENT DU CLIENT

BALAGUE (Christine), FAYON (David), ***Réseaux sociaux et entreprise : Les bonnes pratiques***, Pearson, 2011, 256 p.

BRENET (Thierry), ***E-Réputation, votre guide ! Comprendre, surveiller et défendre sa e-réputation***, AFNOR Editions, 2011, 203p.

FIDELMAN (Mark), ***Socialized ! How the most successful business harness the power of social***,

Bibliomotion, 2013, 271p.

GODIN (Seth), ***Permission Marketing – La bible de l'E-Mailing***, Maxima, 2011, 268p.

LETONTURIER (Eric) Collectif coordonné par, ***Les réseaux***, CNRS Editions, 2012, 216p.

MAYER-SCHONBERGER (Viktor), CUKIER (Kenneth), ***Big Data – La révolution des données est en marche***, Robert Laffont, 2014, 297p.

PAHARIA (Rajat), Loyalty 3.0 – ***How to revolutionnize customer and employee engagement with big data and gamification***, Mac Graw Hill, 2013, 281p.

ROMDANE (Neila), BRAUN (Willy), ***Internet marketing 2013***, EBG, 2013, 541p.

1 - LE MANAGEMENT DE L'EXPÉRIENCE CLIENT
B - BUSINESS CASES, TÉMOIGNAGES D'ENTREPRISES

BASCH (Michael D.), ***Customer Culture: How FedEx and Other Great Companies Put the Customer First Every Day***, Financial Times, 2003, 304 p.

BLANK (Pete), ***Employee engagement – lessons from the mouse house***, CreateSpace Independent Publishing plateform, 2012, 134p.

COCKERELL (Lee), ***The customer rules: The 39 Essential Rules for Delivering Sensational Service***, Crown Business, 2013, 208 p.

FREIBERG (Kevin & Jackie), ***NUTS! Southwest airlines' Crazy Recipes for Business and Personal Success***, Brodway Books, 1996, 362p.

GALLO (Carmine), ***L'expérience Apple***, Pearson, 2012, 288 p.

HOFFER GITTELL (Jody), ***The Southwest Airlines Way: Using The Power Of Relationships To Achieve High Performance***, McGraw-Hill Professional, 2005, 320 p.

LIPP (Doug), ***Disney U: How Disney University Develops the World's Most Engaged, Loyal, and Customer-Centric Employees***, McGraw-Hill Professional, 2013, 256 p.

MICHELLI (Joseph), ***The New Gold Standard: 5 Leadership Principles for Creating a Legendary Customer Experience Courtesy of the Ritz-carlton Hotel Company***, McGraw-Hill Professional, 2008, 224p.

NOVAK (David), ***Taking People With You: The Only Way to Make Big Things Happen***, Portfolio Hardcover, 2012, 256 p.

SHARP (Isadore), ***Four Seasons: The Story of a Business Philosophy***, Portfolio Hardcover Editor, 2009, 320 p.

SEGALL (Ken), ***Apple le secret d'une incroyable réussite***, First editions, 2012, 271p.

SCHULTZ (Howard L.), ***Comment Starbucks a sauvé sa peau sans perdre son âme***, Éditions Télémaque, 2011, 342 p.

SPECTOR (Robert), MCCARTHY (Patrick D.), ***The Nordstrom Way to Customer Service Excellence: The Handbook for Becoming the "Nordstrom" of Your Industry***, John Wiley & Sons Inc, 2012, 224 p.

1 - LE MANAGEMENT DE L'EXPÉRIENCE CLIENT
C - TEMOIGNAGES & HISTOIRES VECUES DE COLLABORATEURS ET DE CLIENTS

AUBENAS (Florence), **Le quai de Ouistreham**, Editions de l'Olivier, 2010, 270p.

COMPARET (Sébastien), ***Le système McDonald's en France – les fondements d'une culture d'entreprise***, L'Harmattan, 2008, 139p.

COQUALANE (Gilbert), ***Gilbert Coqualane écrit aux SAV : ses questions les plus folles, leurs réponses***, Editions François Bourin, 2014, 149p.

SAM (Ana), ***Les tribulations d'une caissière***, Le livre de poche, Stock, 2009, 190p.

MALET (Jean-Pierre), ***En Amazonie – Infiltré dans le « meilleur des mondes »***, Fayard, 2012, 159p.

ORTH (Stephan), BLINDA (Antje), ***Désolé, nous raté la piste ! Histoires insolites de cockpit*** , Arthaud, 2011, 211p

WEBER (Hélène), ***Du ketchup dans les veines : Pratiques managériales et illusions : le cas McDonald's***, Erès, 2011, 220 p.

2 - LES VALEURS ET LA CULTURE DE SERVICE

AUTISSIER (david), WACHEUX (Frédéric), ***Manager par le sens – les clés de l'implication au travail***, Eyrolles Editions d'organisation, 2007, 246p.

CLAUDE (Jean-François), ***Le management par les valeurs***, Éditions Liaisons, 2003, 264 p.

COLLINS (Jim), PORRAS (Jerry I.), ***Built to last – successfull habits of visionnary companies, HarperCollins publishers***, 2002, 342p.

DELAVALLEE (Eric), ***La culture d'entreprise pour manager autrement surmonter les résistances culturelles***, Editions d'organisation, 2002, 140p.

HEMMER GUDME (Olaf de), POISONNIER (Hugues) sous la coordination de, ***Valeur(s) & management : des méthodes pour plus de valeur(s) dans le management***, EMS, 2013, 261p.

HESKETT (James), ***The culture cycle: How to Shape the Unseen Force that Transforms Performance***, Financial Times/ Prentice Hall, 2011, 384 p.

MOSLEY (Eric), IRVINE (Derek), ***Winning with a culture of recongnition***, Globoforce limited, 2010, 149p.

PINE II (B. Joseph), GILMORE (James H.), ***Authenticity: What Consumers Really Want***, Harvard Business Scholl Press, 2007, 320 p.

REED (David E.), ***A culture of service – creating superior customer service that lasts***, Cornerstone Leadership Institute, 2007, 112p.

THEVENET (Maurice), ***La culture d'entreprise***, PUF Que Sais-je?, 6ème éd., 2010, 127p.

WELLHOFF (Thierry), CLAUDE (Jean-François), ***L'entreprise en 80 valeurs : Dictionnaire des valeurs d'entreprise***, Éditions Liaisons, 2011, 227 p.

WELLHOFF (Thierry), ***Les valeurs : Donner du sens. Guider la communication. Construire la réputation***, Eyrolles, 2014, 196 p.

3 - L'ENGAGEMENT DU MANAGEMENT : INNOVATION MANAGERIALE & « ENTREPRISE LIBEREES »

ALBERT (Eric), ***Partager le pouvoir, c'est possible***, Albin Michel, 2014 , 197p.

AUGER (Marine), ***Et si vous rendiez votre entreprise intelligente ?***, Afnor Editions, 2013, 162p.

BUCKINGHAM (Marcus), COFFMAN (Curt), ***First, Break all the rules – what the world's greatest managers do differently***, Pocket Books, 2005, 1999 1st ed., 301p.

DUPUY (François), ***Lost In Management la vie quotidienne des entreprises au XXIème siècle***, Seuil, 2011, 273p.

GETZ (Isaac), CARNEY (Brian M.), ***Liberté & Cie : Quand la liberté des salariés fait le bonheur des entreprises***, Fayard, 2012, 396 p.

HAMEL (Gary), BREEN (Bill), ***La fin du management – inventer les règles de demain***, Vuibert, 2007, 249p.

HAMEL (Gary), ***Ce qui compte vraiment – les 5 défis pour l'entreprise : valeurs, innovation, adaptabilité, passion, idéologie***, Eyrolles, 2012, 311p.

SAURET (Jean-Marc), ***Chroniques pour un management humaniste – vers l'autonomie fertile***, L'Harmattan, 2014, 167p.

ZOBRIST (Jean-François), ***Un petit patron naïf et paresseux*** , Stratégie & Avenir, 2009, 184p.

4 - L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS : IMPLICATION ET RECONNAISSANCE

DE BRABANDERE (Luc),, ***La bonne idée existe : 5 étapes essentielles pour la trouver***, Eyrolles, 2013, 323p.

DE BRABANDERE (Luc), ***Le plaisir des idées - La pratique de la créativité en entreprise***, Dunod, 2010, 288p.

DE BRABANDERE (Luc), ***La valeur des idées***, Dunod, 2007.

COLLECTIF, coordonné par Neveu (Jean-Pierre), Thévenet (Maurice), ***L'implication au travail***, Vuibert, collection « Entreprendre » 2002, 230 p.

COLLECTIF, Fondation Nationale Entreprise et Performance, ***Je sens, tu ressens, nous sommes …,*** documentation Française, 2012, 142p.

CHRISTENSEN (Clayton), DYER (Jeffrey), GREGERSEN (Hal), ***Le gêne de l'innovateur, cinq compétences qui font la différence***, Pearson, 2013,328p.

CHRISTENSEN (John), LUNDIN (Stephen C.), PAUL (harry), ***FISH ! Une remarquable approche pour optimizer l'épanouissement au travail tout en y prenant goût***, Un monde différent, 2009, 112p. (cf YOKOYAMA & MICHELLI, ***When Fish Fly***)

DETRIE (Philippe), ***La convivialité : Aller vers une entreprise où il fait bon travailler***, Eyrolles, 2009, 249p.

DOUCET (Christian), ***Réhumaniser l'entreprise : améliorer à la fois la compétitivité de l'entreprise et le bien-être du personnel***, 2012, Lexitis éditions, collection « Les pratiques de la performance », 156p.

DUJARIER (Marie-Anne), ***L'idéal au travail***, PUF, 2012, 276 p.

JOHNSON (Spencer), ***Qui a piqué mon fromage – comment s'adapter au changement au travail, en famille et en amour***, Michel Lafon, 2008, 105p.

KARSAN (Rudy), KRUSE (Kevin), ***WE How to increase performance and profits through full engagement***, Wiley, 2011, 236p.

LANDIER (Hubert), ***18 bonnes raisons de détester son entreprise***, FB François Bourin Editeur, 2012, 249p.

LANDIER (Hubert), ***Des salariés engagés : qualité du management et performance de l'entreprise, Institut de l'Entreprise***, mars 2012, 61p.

LAVAL (Christophe), ***Plaidoyer pour la reconnaissance au travail : La puissance de la reconnaissance non monétaire***, VPHR, 2011, 160 p.

Le FAUCHEUR (Sylvie), ***Et si la reconnaissance au travail prenait sa place dans l'entreprise ? Relations employeurs/salariés … Y a-t-il un déficit de reconnaissance au travail ?*** , Les éditions du Panthéon, 2011, 131p.

MATHE (Hervé), PAVIE (Xavier), O'KEEFFE (Marwyn), ***Valuing people to create value – An innovative approach to leveraging motivation at work***, World Scientific Publishing, 2012, 202p.

NOUGE (Geoffrey), ***La reconnaissance au travail - De l'opérationnalisation à sa mise en œuvre***, Société des écrivains, 2012, 148p.

OLLIVIER (Daniel), ***Management 2.0 : Performance économique et capital humain !***, AFNOR, 2012, 204p.

PALOBART (Yves), BOURCIER (Claude), ***La Reconnaissance : Un outil de motivation pour vos salariés***, Éditions d'Organisation, 1997, 195 p.

PIERRE (Christèle), JOUVENOT (Christian), ***La reconnaissance au travail***, Anact, 2010.

PINK (Daniel H.), ***La vérité sur ce qui nous motive***, Leduc Editions, 2011, 245p

SANDER (Bernie), ***Les systèmes de suggestion en révolution***, Éditions JVDS, 1995, 255 p.

ROBBINS (Stephen), JUDGE (Timoty), TRAN (véronique), ***Comportements organisationnels***, Pearson, 14th ed., 2011, 718p.

THEVENET (Maurice), **Managers en quête d'auteur**, Manitoba/Les Belles Lettres, 2012, 233P.

THEVENET (Maurice), ***Alors… heureux ? Les relations humaines***, Éditions d'Organisation, 2008.

THEVENET (Maurice), ***Le plaisir de travailler***, Éditions d'Organisation, 2004.

YOKOYAMA (John), MICHELLI (Joseph), ***When fish Fly – Lessons for creating a vital and energized workplace***, Hyperion, 2004, 158p. (cf Christensen et al. ***FISH !***)

5 - LA SIMPLIFICATION

CASTAGNE (Thierry), ***Le lean management dans les services : Méthode d'excellence opérationnelle***, AFNOR, 2012, 273 p.

MORIEU (Yves), TOLLMAN (Peter), ***Smart Simplicity - Six règles pour gérer la complexité sans devenir compliqué***, Manitoba/Les belles lettres, 2014, 203p.

PEVERELLI (Roger), de FENIKS (Reggy), OLLIVIER-LAMARQUE (Caroline), ***Réinventer les services financiers : Ce que les clients attendent des banques et des assurances***, Pearson, 2011, 320 p.

SEGALL (Ken), ***Apple Le secret d'une incroyable réussite***, Éditions Générales First, 2012, 271 p.

WOMACK (Jim), JONES (Dan), **Le lean au service du client – Ce que le client veut. Quand il veut. Où il veut**, Vuibert, 2006, 257p.

6 - LE DESIGN DE SERVICE ET DESIGN D'EXPERIENCE : PENSER L'USAGE ET CONSTRUIRE L'EXPERIENCE

AFSA (Cyril), ***Design de Service***, Cité du Design, 190p.

AMBROSE, HARRIS, ***Design thinking la stratégie de conception***, Pyramid NTVC, 2010, 200p.

BAUDRILLARD (Jean), ***Pour une critique de l'économie politique du signe***, TEL Gallimard, 1972, 268p.

BAUDRILLARD (Jean), ***Le système des objets***, TEL Gallimard, 1968,

BORGA DE MOZOTA (Brigitte), ***design management***, Editions d'Organisation, 2001, 335p.

BROWN (Tim), ***L'esprit design : Le design thinking change l'entreprise et la stratégie. "Le design est trop important pour être laissé aux seules mains des designers"***, Pearson Village Mondial, 2010, 280p.

KUMAR (Vijay), ***101 Design Methods A structured approach for driving innovation in your organization***, Wiley, 2013, 326p.

MINVIELLE (Nicolas), MINVIELLE (Jean-Paul), ***Design d'Expérience un outil de valorisation des biens et services***, De Boeck, 2010, 194p.

MOREL (Christian), **L'enfer de l'information ordinaire – Ces boutons, panneaux, modes d'emploi et autres indications et explications quotidiennes auxquels on ne comprend rien**, Gallimard, 2007, 242p.

NEBERRY (Patrick), FARHANM (Kevin), ***Experience Design A framework for intergrating brand, experience and value***, Wiley, 2013, 232p.

OSTERWALDER (Alexander), PRIGNEUR (Yves), ***Business Model Nouvelle Génération***, Pearson, 2011, 281p.

PRINZ (Jean-Claude), GERVAL (Olivier), ***Design & Architecture de Commerce***, Eyrolles, 2013, 223p.

RIEUNIER (Sophie) coordonné par, ***Le marketing sensoriel du point de vente – Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux***, Dunod, 2004, 236p.

STICKDORN (Marc), SCHNEIDER (Jakob), ***This is Service Design Thinking***, BIS publishers, 2013, 373p.

7 - L'INNOVATION DE SERVICE : UN ECO-SYSTEME DES LEVIERS DE L'ESPRIT DE SERVICE

COLLECTIF, sous la direction de MEYRONIN (Benoît), MUNOS (Annie), ***Manager l'innovation par le service : Un levier pour sortir de la crise***, préface de FRAPSAUCE, PUG, 2012, 380 p.

DELECOURT (Guillaume), ***Innover dans le service … quel que soit votre secteur d'activité !***, Maxima, 2008, 175p.

DUMONT (Alain), ***Innover dans les services – De l'évident à l'impensable***, Village Mondial, 2001, 271p.

HERMEL (Laurent), LOUYAT (Gérard), ***Innovation dans les services***, AFNOR Editions, 2008, 166p.

PAVIE (Xavier) sous la direction de, ***Management Stratégique des Services et Innovation : complexité et nécessité***, L'Harmattan, 2010, 186p.

RADJOU (Navi), PRABHU (Jaideep), AHUJA (Simone), traduction et adaptation de J.-J. BOILLOT, ***L'innovation JUGAAD : Redevenons ingénieux !***, Éditions Diateino, 2013, 378 p.

8 - L'ACCOMPAGNEMENT DU CHANGEMENT

BESSON (P), HECKMANN (H), PETITBON (F), RODRIGUEZ (J), TESSIER(E), ***Conduire la transformation, - Faut-il « mettre le feu » pour transformer son entreprise ?***, Dunod, 2011, 187p.

D'HERBEMONT (Olivier), CESAR (Bruno), ***La stratégie du projet latéral – Comment réussir le changement quand les forces politiques et sociales doutent ou s'y opposent***, Dunod, 1998, 280p.

JARROSSON (Bruno), VAN DEN BULKE (Philippe), ***Chic, on change ! Mieux vaut prendre un tournant qu'un mur***, APM, Dunod, 2013, 182p.

MALAREWICZ (Jacques-Antoine), ***Systémique et entreprise – mettre en œuvre une stratégie de changement***, Pearson, 3ème ed., 2012, 278p.

KOURILSKY (Françoise), ***Du désir au plaisir de changer***, Dunod, 2ème ed. 1995, 328p.

9 – LE MANAGEMENT STRATEGIQUE ET LE MANAGEMENT PAR LA QUALITE

BRILMAN (Jean), ***Les meilleures pratiques de management – Au cœur de la performance***, Editions d'organisation, 1998, 450p.

CHAN KIM (W.), ***Stratégie Océan Bleu : comment créer de nouveaux espaces stratégiques***, Pearson, 2013, 288p.

IBAQ, ***Le modèle d'Excellence EFQM – Application à la banque et à l'assurance***, AFNOR, 2005, 109p.

IRIBARNE (Patrick), VERDOU (Stéphane), ***Prix, modèle et démarches EFQM – Guide de terrain pour réussir***, AFNOR, 2005, 314p.

KAPLAN (Robert S.), NORTON (David P.), ***Comment utiliser le tableau de bord prospectif***, Editions d'organisation, 2001, 423p.

MEYER (Florent A.), ***La révolution ToC Lean Six Sigma dans les services – comprendre, analyser et améliorer la performance de sa relation de service***, Lexitis Editions, 2012, 385p.

MICHAUX (Yves), ***Qu'est-ce que le management responsable ?***, Eyrolles, 2013, 247p.

SENGE (Peter), ***La cinquième discipline – L'Art et la manière des organisations qui apprennent***, First, 2006, 464p.

SHIBA (Shoji), GRAHAM (Alan), WALDEN (David), ***4 révolutions du management par la qualité totale***, Dunod, 1997, 507p.

SUPIZET (Jean), ***Le management de la performance durable – selon les modèles et principes fondamentaux de l'Excellence***, Editions d'organisation, 2002, 544p.

SUSZAKI (Kiyoshi), ***Réinventer l'unité de travail – Impliquer les hommes au plus près du terrain***, Dunod, 1994, 474p.



- IV -

FONDEMENTS THEORIQUES POUR L'ESPRIT DE SERVICE

1 – LE MARKETING DES SERVICES

AACC Marketing Services, BVA, ***Les Cahiers de la relation client – RelationshipScore***, Edition 2009, 112p.

BERGER (Jonah), ***Créez la tendance ! Du bouche à oreille au marketing viral***, Perason, 2013, 216p.

DE BRABANDERE (Luc), ***Les mots et les choses de l'entreprise***, Editions Mols, 2012, 140p.

CATENAZZO (Giuseppe), FRAGNIERE (Emmanuel), ***La gestion des services***, Economica, 2008, 112p.

CLAEYSSEN (Yan), ***La marque face à la révolution client : Les nouveaux piliers du marketing***, Éditions Kawa, 2012, 121 p.

COLLECTIF, coordonné par JOURDAN (P.), LAURENT (F.), PACITTO (J.-C.), ***A nouveaux consommateurs, nouveau marketing : Zoom sur le conso'battant***, Dunod, 2011, 195 p.

DEGON (Renaud), L***a marque relationnelle – une nouvelle culture de marque pour le troisième millénaire***, Vuibert, 1998, 122p.

HANOUNE (Éric), VERY (Philippe), ***Du produit vers le service : Stratégies d'évolution de l'entreprise industrielle vers les activités de service***, De Boek, 2011, 156 p.

JALLAT (Frédéric), PEELEN (Ed) , STEVENS (Eric), VOLLE (Pierre), ***Gestion de la relation client***, Pearson, 3eme ed., 2009, 397p.

JOHNSTON (Robert), CLARCK (Graham), ***Service Operations Management – Improving Service Delivery***, FT Prentice hall, 3rd ed., 2008, 533p.

KOTLER (Philip) et al. , ***Marketing 3.0 Produits-Clients-Facteur Humain***, De Boeck,2010, 192p.

HETZEL (Patrice), ***Planète Conso***, Editions d'organisation, 2002, 380p.

LAUTISSIER (Stéphane) et ANGOT (Jacques), ***Révolution Relation***, L'Harmattan, 2009.

LECINSKY (Jim), ***ZMOT Ways to Win Shoppers at the Zero Moment of Truth Handbook,*** Google, 2012, 74p.

LECINSKY (Jim), ***Winning the Zero Moment of Truth eBook,*** Google, 2011, 75p.

LOVELOCK (Christopher), WIRTZ (Jochen), LAPERT (Denis), MUNOS (Annie), ***Marketing des services***, Pearson, 6e édition, 2008.

ROEDERER (claire), ***Marketing et consommation expérientiels***, EMS, 2012, 269p.

SERNOVITZ (Andy), ***Le marketing du bouche-à-oreille : Comment les entreprises intelligentes parviennent-elles à faire parler d'elles***, Leduc.s éditions, 2012, 272 p.

SOLIS (Brian), ***What's the Future of Business: Changing the Way Businesses Create Experiences***, John Wiley & Sons, 2013, 224p.

TEBOUL (James), ***Le temps des Services – Une nouvelle approche de management***, Editions d'organisation, 1999, 312p.

TEBOUL (James), ***Le management des Services – Une approche opérationnelle pour toutes les entreprises***, Editions d'organisation, 2007, 224p.

TREGUER (Jean-Paul), ***La révolution du low-Cost - les ressorts du succès***, Dunod, 2014, 214p.

VERNETTE (Éric), ***L'essentiel du marketing***, Éditions d'Organisation, 2e édition, 1999.

WIERSEMA (Fred), TRACY (Michael), ***L'exigence du choix – Trois disciplines de valeur pour dominer ses marchés***, Village Mondial, 1995, 242p.

ZEITHAML (Valarie A.), BITNER (Mary Jo), GREMLER (Dwayne D.), ***Services Marketing – integrating Customer Focus Across the Firm***, Mac Graw Hill, 6th ed., 2013, 642p.

2 – LA SOCIOLOGIE DE LA RELATION DE SERVICE ET DE LA CONSOMMATION

BAUDRILLARD (Jean), ***La société de consommation*** , Denoël, 1970, édition poche 1986,

BOURDIEU (Pierre), ***La distinction, critique sociale du jugement***, Les Editions de Minuit, 1979, 672p.

CAHEN (PHILIPPE), GENDRE-RUEL (ERIK), ***Signaux faibles, mode d'emploi – Prospective***, Editions d'organisation, 2011, 164p.

CERF (Marianne), FALZON (Pierre), ***Situations de service : travailler dans l'interaction***, PUF, 2005, 250p.

DUJARIER (Marie-Anne), ***Le travail du consommateur, De McDo à eBay : comment nous coproduisons ce que nous achetons***, Éditions La Découverte, 2008, 246 p.

ERNER (Guillaume), ***Sociologie des tendances***, PUF Que Sais-Je ?, 2010, 127p.

GOFFMAN (Erwin), ***Les rites d'interaction***, Les Editions de Minuit, 1974, 231p.

GOFFMAN (Erwin), ***La mise en scène de la vie quotidienne***, Les Editions de Minuit, 1973, Tomes 1 et 2

HEILBRUNN (Benoît), ***La consommation et ses sociologies***, Armand Colin, 2005, 128p.

JARDEL (Jean-Pierre), LORIDON (Christian), ***Les rites dans l'entreprise – une nouvelle approche du temps***, Editions d'organisation, 2000, 274p.

MAFFESOLI (Michel), ***Le temps des tribus – Le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes***, La table ronde, 1988, 330p.

De SINGLY (François), ***L'œil Laser 2008***, LASER, Descartes et Cie, 2008, 105p.

Revue Sciences de la Société N° spécial, ***Les figures sociales du client,*** Presses universitaires du Mirail, N°56, 2002, 202p.

Revue Sciences de la Société N° spécial, ***L'activité du client : un travail ?*** Presses universitaires du Mirail, N°82, 2011, 183p.

- V -
PERSPECTIVES ET NOUVEAUX TERRITOIRES : DE L'ERE DU « CO-» AU NOUVEL AGE DES PLATEFORMES, GEO-STRATEGIE ET GEO-ECONOMIES DE L'INTERNET

COLIN (Nicolas), VERDIER (Henri), ***L'âge de la multitude : Entreprendre et gouverner après la révolution numérique***, Armand Colin, 2012, 286 p.

BELLANGER (Pierre), ***La souveraineté numérique***, Stock, 2014, 257p.

EBG IBM, PWC, 55, TURN, livre blanc, ***Big Data 30 projets concrets***, EBG, 2014, 90p.

IPPOLITA, ***J'aime pas Facebook***, Manuels Payot, 2011, 301p.

JARVIS (Jeff), ***La méthode Google – Que ferait Google à votre place ?***, Editions SW Télémaque, 2009, 509p.

LEVINE (Rick), LOCKE (Christopher), SEARLS (Doc), SEARLS (Doc), ***The Intention Economy: When Customers Take Charge***, Harvard Business School Press, 2012, 256 p.

MARTEL (Frédéric), ***Smart – Enquête sur les internets***, Stock, 2014, 407p.

RIFKIN (Jeremy), ***L'âge de l'accès – la nouvelle culture du capitalisme***, La découverte/poche, 2005 (ed originale 2000), 396p.

RIFKIN (Jeremy), ***La troisième révolution industrielle – Comment le pouvoir latéral va transformer l'énergie, l'économie, le monde***, Ed. LLL Les Liens qui libèrent, 2012 (ed originale 2011), 414p.

WEINBERGER (David), ***The Cluetrain Manifesto: The End of Business As Usual***, Perseus Books, 2000, 224p.

SIMON (Phil), ***The Age of The Platform – how Amazon, Apple, Facebook and Google have redefined business***, Motion Publishing, 2011 et 2013, 282p.

*

*   *

*

